

第一回 スポーツ経営とイノベーション

工学系研究科技術経営戦略学専攻 37-176839 田村 浩一郎

Jリーグの経常収益を2025年までに3倍にするにはどうしたら良いか？

上記の命題を解くために、今回は以下の点について考察する。

- 現在の収益構造
- Jリーグにおける問題点
- 課題解決と新規ユーザーの獲得

1. 現在の収益構造

現在の収益構造は、広告収入・入場料収入・物販収入である。

そのうち、DAZNとの契約もあり、2015年時点から現在までに収益を約2倍に伸ばすことに成功している

2. Jリーグにおける問題点

Jリーグにおける問題点は、同じ市場で流動的な関係にある他のサッカーのリーグ（プレミアリーグやリーグ）と、他のエンターテインメント市場（野球やゲーム、パチンコなど）の2つの軸で議論すべきである。

他のサッカーのリーグとの比較をした際に、1サッカーファンとして感じる課題は、

- スピード感
- 臨場感

であると考える。スピード感については、技術レベル（特にパススピードと判断のはやさ）の問題もあるし、村井さんがおっしゃっていたようなリスタートの問題もあるだろう。また、臨場感の問題は大きいと感じる。スタジアムが陸上競技場を兼ねている場合が多く、ファンは選手との距離感が遠い。また、それをテレビで見ている、どこか冷めている気がしてならない。リーガエスパニョーラなど、選手たちがサイドで戦っている姿を目の前にし、熱くなっているサポーターがすぐ近くにいてテレビに映ることは重要であると感じる。

他のエンターテインメント市場との相対的考察をすれば、

- マーケティング不足

が挙げられる。文化的問題もあるが、スポーツニュースではＪリーグを取り扱う時間が少ない。また、スペインに行った時、試合後タクシーの運転手はラジオで試合を聴いていて、楽しそうに試合の話をしてくれた。

3. 課題感と新規ユーザーの獲得

まずは、上記の課題を解決することが重要である。そもそも現在Ｊリーグを見ているユーザーが、楽しめるコンテンツでなければ、新規ユーザーも離脱率が高くなる。実際、日本はＷ杯の盛り上がりののちＪリーグへのアテンションに持っていけていないし、多くのファン（そこまでサッカー詳しくない人）も、上記のような感想を抱いてしまっている。

今回、経常収益を３倍にするというテーマであるため、新規ユーザーの獲得は必須だ。現状の改善や小手先の技術導入だけでは不足である。つまり、他のエンターテインメント市場からアテンションを獲得する必要がある。ここでヒントになるのは、

- Ｗ杯のお祭り騒ぎ

- 海外のブックメーカーの仕組み

であると考える。Ｗ杯のお祭り騒ぎで言えば、ハロウィンのイベントなどのイベント産業である。サッカーそのもののコンテンツではなく、サッカーの試合をイベントとして捉え、イベント産業として再定義する可能性も模索するべきかもしれない。また、海外のブックメーカーのように、ギャンブル市場を狙うべきだ。規制の問題など障壁は多いが、ギャンブルは大きなエンターテインメント市場であり、ギャンブルからサッカーに入る可能性もある。実際、自分の賭けているチームは全力で応援するし、もっとサッカーを知ろうと思うだろう。カジノ合法化に合わせて、検討できるところから手を打つべきだ。